

„Zeige mir deine reine Haut“

SPIEGEL-Redakteur Tiziano Terzani über den japanischen Kultberg Fuji

Er ist der höchste, der heiligste, der schönste Berg Japans. Von seinem 3776 Meter hohen Gipfel aus wirkt das Land zu seinen Füßen zwischen der schimmernden See und den endlosen Ketten blauer Berge wie auf mythischen Bildern: großartig, geschichtsträchtig, unverdorben, ewig – das Land der Götter.

Doch der Fujiyama (Berg Fuji) ist nicht, was er sein sollte. Von weitem erhaben und stark, magisch und elegant, erweist er sich, sobald man ihn besteigt, als klein, ordinär und bedau-

ernswert: eine Masse grauer, roter und schwarzer Asche, ohne die Unerschütterlichkeit eines Felsens. Da gibt es weder Heiligkeit noch Schönheit noch Zauber.

Die dicken Rauchschwaden, die um den Krater aufsteigen, kommen nicht aus den schwefligen Eingeweiden des Vulkans, sondern von stinkenden Abfallhaufen, die ständig verbrannt werden. Die freundliche Frauenstimme, die mitten in der Nacht oben auf dem Berg ertönt, stammt nicht von der Göttin aus der Höhe, die der Legende

nach dort oben lebt, sondern kommt aus dem Verkaufsautomaten, der dem durstigen Bergsteiger für den Kauf eines Getränks dankt. Die Lichter dieses Automaten strahlen in der Dunkelheit heller als die Sterne.

Jede Stelle auf dem Berg hat ihren eigenen romantischen Namen: die „Herberge zu den weißen Wolken“, der „Pavillon des ersten Lichtes“. Aber in Erinnerung bleibt letzten Endes vor allem der intensive Urindunst, der den Berg einhüllt.

15 Millionen Japaner klettern Jahr für Jahr auf den Fujiyama, 300 000 von ihnen erreichen gar die Spitze. Auf dem mühseligen Weg dorthin lassen sie Überflüssiges zurück: leere Dosen, Sauerstoffflaschen, Hüte, Handtücher, Zeitungen, Trockenbatterien und die bunten Plastikverpackungen ihrer Fertigmenschen.

Entlang dem heiligen Weg mahnen hölzerne Torbögen, Torii, den Bergsteiger, daß er durch die Portale des Shintoismus das Reich der Götter betritt. Doch die himmlischen Bewohner scheinen sich von dem Berg zurückgezogen und ihre Plätze irdischen Spekulant überlassen zu haben.

„Halt, verbringen Sie die Nacht hier. Auf dem Gipfel zu schlafen ist verboten!“ rufen aufdringliche Hotelwirte, um die Bergwanderer in primitive Hütten zu locken. Die Übernachtung auf dem Gipfel ist lediglich eine Frage des Preises: Für 5800 Yen (65 Mark) bekommt man gerade ein Schlafplätzchen auf einer Holzpritsche, neben Hunderten anderen Fuji-Besteigern, dazu unsanftes Wecken um vier Uhr morgens, wenn die Sonne aufgeht.

Über die Schönheit dieses bewegenden Ereignisses kann sich der Wallfahrer aber kaum freuen, denn direkt auf dem Gipfel, dem eigentlichen Altar der Sonne, verdirbt das grelle Licht starker Reflektoren die Magie des Sonnenaufgangs, und das Summen von Generatoren zerstört die Stille der Natur.

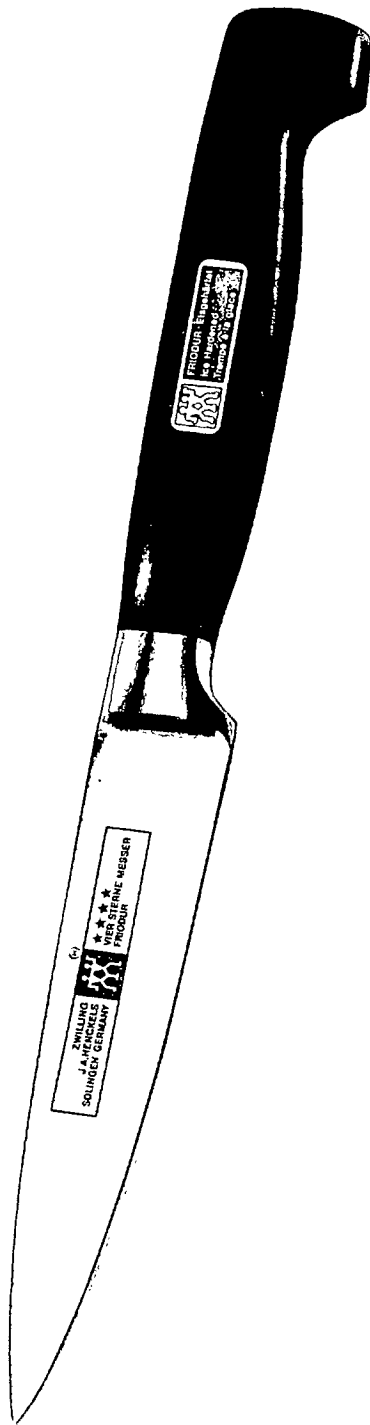
Während sich einige alte Damen bei den ersten goldenen Strahlen vorbeugen und ihre Gebete verrichten, sehen die meisten anderen Bergsteiger die aufgehende Sonne eher leidenschaftslos durch die dicken Rauchwolken ihrer Zigaretten.

Das erste Tageslicht weckt rund um den Fuji-Krater das Pandämonium ei-



Massenbesteigung des Fuji: Eintritt ins Reich der Götter?

RATATOUILLE MIT VIER STERNEN.



VIER STERNE MESSER VON ZWILLING.

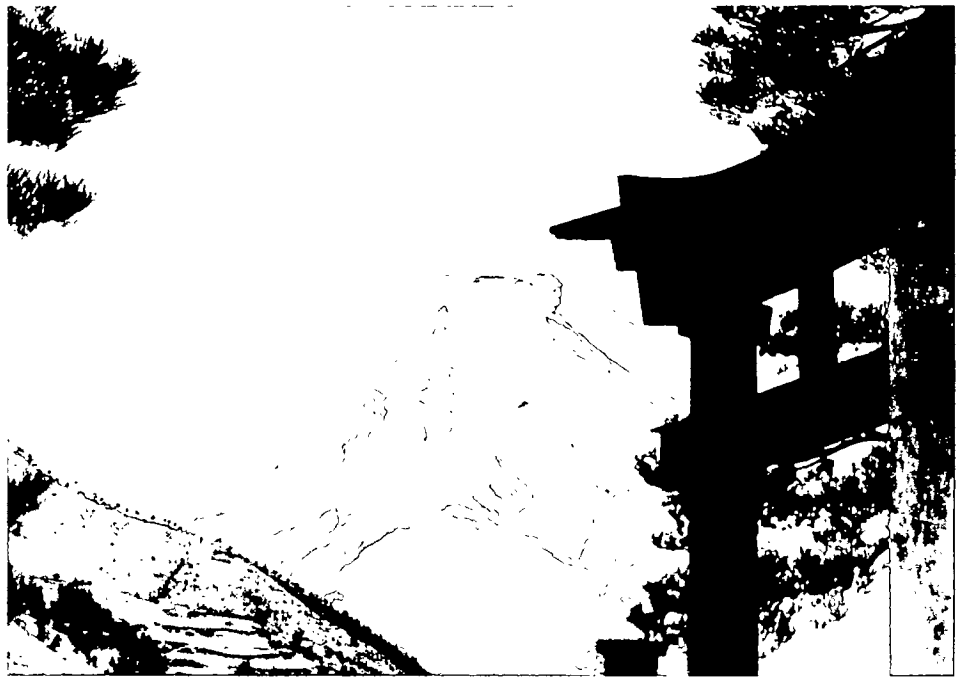
Die feine Küche braucht das Beste.
Passende und perfekte Messer
für jeden Zweck.
Damit alles gelingt.

ZWILLING



Qualität mit Weltruf.

AUSLAND



Tempeltor vor dem Fuji: Maßstab der Schönheit

nes Basars zu neuem Leben. Vor Kiosken preisen die Verkäufer warme Nudeln, kalte Getränke und Postkarten an. In einem kleinen Shinto-Schrein auf der höchsten Erhebung besitzen zwei junge Priester das Monopol, rote Stempelaufdrucke zu verkaufen, den Nachweis für einen erfolgreichen Aufstieg. Ein größerer Schrein, ein wenig weiter unten gelegen, beherbergt einen Supermarkt für Fuji-Amulette.

Der Pfad um den Rand des Kraters ähnelt plötzlich der überfüllten Hauptstraße eines japanischen Dorfes, an der Waren jeder Art zum Kauf angeboten werden. Alles, was mit diesem Berg zusammenhängt, ist kommerzialisiert, in irgendein belangloses Souvenir verwandelt.

War aber der Fuji nicht viel mehr als ein Berg? War er nicht das Symbol, die Quintessenz Japans? War er nicht gemeinsam mit dem Kaiser die Quelle der Identität dieses Landes, der eigentliche Grund dafür, daß Japaner sich als Japaner fühlen?

In früheren Zeiten muß es so gewesen sein. Jahrhundertlang war der Fujiyama für die Japaner das Haus ihrer Götter, der Schauplatz ihrer Legenden, der Maßstab ihrer Schönheit. „Kein anderes Phänomen hat im Denken der Japaner eine so wichtige Rolle gespielt wie der Fuji“, schrieb vor einem halben Jahrhundert der Essayist Okakura. Maler und Dichter haben sich abgemüht, diesen Berg zu beschreiben.

Vor allem spiegelte der Fuji das besondere Verhältnis des Japaner zur Natur. Seit eh und je empfanden sie ihr gegenüber Furcht und Respekt.

Die Sonne war für sie der Ursprung der Götter und der Fujiyama ein göttlicher Wächter über ihr Schicksal:

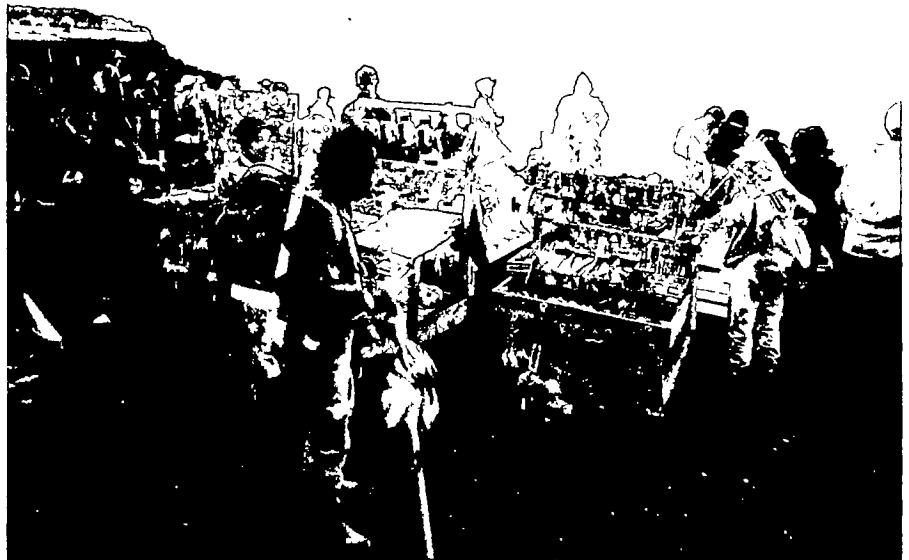
Die Wolken des Himmels
halten in ehrfürchtigem Wunder inne,
ein Schatz, der dem Sterblichen
gegeben wurde,
ein schützender Gott, der über Japan
wacht

schrieb im Jahre 757 Tachibana no Moroe in einem Gedicht, das seither jedes japanische Kind auswendig lernen mußte.

Durch Besteigen des Fujiyama hofften die Japaner ihre Ängste zu verlieren und sich zu läutern. „Rokkon Shōjo“ (Mögen die sechs Seelen meines Körpers gereinigt werden) rezitierten die Pilger jahrhundertlang, wenn sie die Hänge erklimmen. Alle waren in einfache lange weiße Gewänder gekleidet und trugen Strohsandalen, in der Hand hielten sie einen achteckigen Stock mit zwei Glöckchen. Deren Geläut klang wie eine Litanei, welche die Bedeutung eines jeden Schrittes zum Gipfel hin markierte. Pferde und Frauen durften nicht auf den Berg.

Der Pfad war in zehn Abschnitte mit jeweils einer Station eingeteilt, an der Pilger rasten und beten konnten. Im Shinto-Schrein auf dem Gipfel wohnte der Geist des Berges: eine weibliche Figur mit dem Namen „Diejenige, die die Bäume erblühen läßt“.

Jeder Japaner betrachtete es als größtes Glück, auf dem Gipfel des Fujiyama die aufgehende Sonne anzubeten. Und jeder, der nächtens von dem Berg träumte, sah darin ein gutes Omen. Der Fuji war der Schrein, in dem die Japaner ihre inneren Überzeu-



Pilger auf dem Fuji: Den heiligen Berg in ein belangloses Souvenir verwandelt

gungen offenbaren, war ihnen ständig gegenwärtig. „Enthülle deinen Wolkenschleier und zeige mir deine reine weiße Haut“, schrieb ein Zen-Maler auf ein berühmtes Fuji-Gemälde.

Aus dem ursprünglichen, rund 2000 Jahre alten Fuji-Kult entwickelte sich eine Shinto-Sekte, deren Haupttempel am Anfang des heiligen Pfades lag. Jedes Dorf, von dem aus der Berg zu sehen ist, hatte seinen eigenen Fuji-Schrein. Jene Provinzen des Landes, die nicht mit dem Fuji gesegnet sind, benannten ihren eigenen höchsten Berg nach ihm. Und allerorts entstanden in Tempeln Miniaturnachbildungen des heiligen Vulkans, einige bis zu sechs Meter hoch.

Für Ausländer, welche die Seele Japans erkunden wollten, war es immer schwierig zu verstehen, wie ein Berg, der vor allem wegen seiner symmetrischen Form bewundert wurde, das Symbol einer Nation sein konnte. Manchen schien das bezeichnend dafür zu sein, daß die Japaner während ihrer ganzen Geschichte der Form viel größere Bedeutung beigemessen haben als der Substanz. Anderen wiederum war es ein weiterer Beweis für eine Leere der japanischen Seele.



Postamt auf dem Fuji: Reihenweise grüne Telefone

„Den Kern Japans zu suchen ist wie Zwiebelschalen“, pflegten Vertreter der abendländischen Kultur zu Beginn des Jahrhunderts zu sagen, „man schält und schält, aber am Ende hat man nichts als einen Haufen Schalen.“

Der französische Philosoph Roland Barthes war von der Symbolik des leeren Raums tief beeindruckt, die der Kaiserpalast in der Mitte Tokios ausstrahlt, und zog die Schlußfolgerung: „In Japans Mitte liegt die Leere.“

Ähnlich steht es mit dem Fujiyama. Auf dem Gipfel des Berges, den im Lauf der Jahrhunderte unzählige Millionen

Japaner mühevoll erstiegen haben, findet sich nichts als ein leerer Krater. Auf seinen Boden schreiben Besucher mit weißen Steinchen ihren Namen und oft den Namen ihrer Firma in die schwarze Asche.

Der Krater hat einen Durchmesser von mehr als einem halben Kilometer und ist 250 Meter tief. Vor Sonnenuntergang, wenn der Himmel verblaßt und die Dunkelheit langsam das Meer, die Gebirgsketten und den Fuji mit allen Bergsteigern aufsaugt, spürt man ringsum den Hauch des Todes – auch er ein Symbol.

Immer in ihrer Vergangenheit waren die Japaner vom Tod fasziniert, keinem anderen

Phänomen als diesem haben sie sich ständig gestellt. Schwerer sind wahrscheinlich ihre größten Kunstwerke, gefallene Krieger ihre am inbrünstigsten verehrten Helden. Der Tod ist von einer schaurigen Schönheit – und der Fuji auch.

So haben Japaner von alters her keinen heißeren Wunsch, als mit dem Blick auf den Fuji zu sterben. „Denke an deine Eltern, denke an deine Lieben, das Leben ist etwas Wertvolles. Bitte benachrichtige die Polizei, bevor du hier eintrittst“, steht auf Tafeln am Aohigamori, dem „Blauen Wald“ am Fuß des

SCHNEIDER[®] EXPRESS



*Eine gute
Handschrift
ist Ausdruck
von Persönlichkeit*

Gebr. Schneider · D-7741 Tennenbronn

AUSLAND

Fujiyama – er ist als Selbstmörderwald bekannt. Aus ganz Japan kommen die Menschen, um hier im Schatten des Zauberbergs ihr Leben zu beenden. Die Ortspolizei ist auf die Hilfe Freiwilliger angewiesen, wenn sie den Wald nach Leichen durchkämmt.

Akira Kurosawa, der große japanische Filmregisseur, wählte die schwarzen Lavahänge des Fuji als die Stelle aus, an der seine japanische Inkarnation des Königs Lear den Verstand verliert und die letzte Schlachtszene seines Meisterwerkes „Ran“ stattfindet. Ein Science-fiction-Roman über das Ende Japans, der in den achtziger Jahren ein Bestseller war, beginnt damit, daß der Fujiyama explodiert.

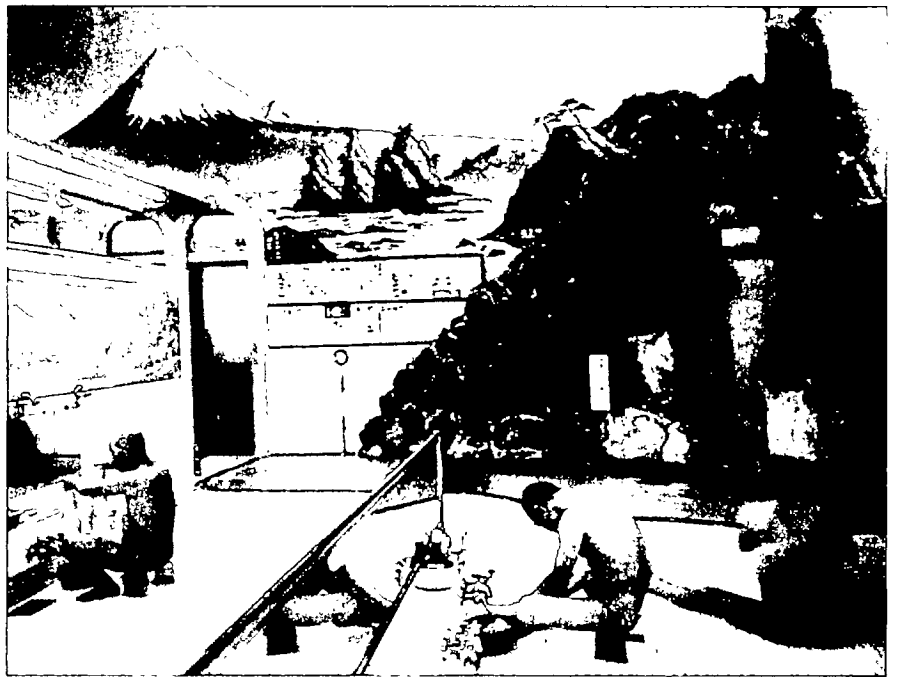
Vor über 100 Jahren wurde der Fujiyama auch noch zu einem Symbol der japanischen Einmaligkeit. Damals ent-

Rasse, ja einer Nation von Göttern angehören.

Bilder mit dem Kaiser und dem Fuji waren in ganz Japan zu sehen, der patriotische Kaiserkult und der Fuji-Kult gehörten fortan zusammen.

Nähe zum Fuji war demnach ein Quell für Stärke und Stolz der Nation. Die kaiserliche Armee hatte am Fuß des Berges ihre Ausbildungslager – sie sind auch heute noch dort. 1923 bestieg Hirohito, damals noch Kronprinz, den Fujiyama.

Nach dem Krieg begaben sich japanische Krieger ganz neuer Art in den schützenden Schatten des Berges. Dr. Inaba, Gründer einer der am schnellsten wachsenden Firmen des Landes, baute als erster am Fuß des Fujiyama eine riesige Fabrik, in der heute Roboter rund um die Uhr Roboter herstellen.



Fuji-Dekoration in einem Badehaus: „Die Seele reinigen“

schloß sich Japan, seine Traditionen zu überwinden, um das Land nach dem Muster des Westens zu erneuern und zu modernisieren. Fortan blieb den Japanern, wie sie meinten, nur noch die Natur, die sie von den Menschen im Westen unterschied. So wurde die japanische Natur fortan als „einmalig“ bezeichnet, der Fuji als Inbegriff japanischer Überlegenheit angesehen.

Die Besteigung des Fuji war nun plötzlich nicht mehr nur eine religiöse Kulthandlung, sie geriet zur patriotischen Tat: Zu den beiden Glöckchen an dem Pilgerstab, mit dem der Wanderer den Berg besteigt, kam die japanische Flagge. Der Kaiser als der „Eine und Einzige“ und der Fujiyama als der „eine und einzige Berg“ gaben der Idee Auftrieb, daß die Japaner einer göttlichen

High-Tech-Laboratorien und Fabriken auf dem höchsten Entwicklungsstand folgten.

Nationalistische Gruppen zogen dorthin und errichteten dem Kriegspremier General Tojo, den die Amerikaner gehenkt hatten, ein Denkmal. Die nationalistische Soka-Gakkai-Sekte unterhält dort einen eigenen Friedhof, auf dem 50 000 ihrer Anhänger die letzte Ruhe finden.

Im Diesseits versetzt einem der Fuji heute vorwiegend einen Schock, und zwar schon zu Beginn des Aufstiegs: Die ersten fünf Stationen des heiligen Pfades gibt es praktisch nicht mehr. Eine Straße führt den Berg hinauf, auf ihr rollt ein endloser Strom von Autos auf halbe Höhe. Von der fünften Station an ist der Pfad durch Seile, Ketten und Dutzende

HERREN HOSEN HEISSEN HILTL!



HILTL HOSENMODE VOM BESTEN



Bei Ihrem Herrenausstatter und im guten Fachgeschäft

Fritz Hiltl, Postfach 12 52, D-8458 Sulzbach-Rosenberg

AUSLAND

von Schildern markiert, die den Bergsteiger vor herunterfallendem Gestein warnen, ihm empfehlen, keine Abkürzungspfade einzuschlagen, sowie ihm anzeigen, welche Entfernung er bereits zurückgelegt hat und welche noch vor ihm liegt.

Die Menschenmasse, die den Berg hinaufkraxelt, steht so dicht gedrängt wie in einer Tokioter U-Bahn-Station während des Berufsverkehrs. Tausende sind unterwegs, alle sehr diszipliniert, aber alle auch ohne eine rechte Vorstellung davon, warum sie sich die Klettertour zumuten. „Wieso besteigen Sie den Fuji?“ fragten kürzlich Reporter einer Fernsehstation die schwitzenden Menschen auf ihrem Weg nach oben. Die häufigste Antwort lautete: „Weil der Berg da ist“ oder „weil alle hinaufsteigen“.

Der Fujiyama hat seine Aura verloren. Er ist kein heiliger Berg mehr, sondern ein Ort, an dem man neue Rekorde aufstellen kann – der älteste Bergsteiger, der Bergsteiger mit der schwersten Last –, auch Bühne für irgendwelche sinnlosen Leistungsnachweise wie das Hinauftragen eines Fahrrads.

Der Fuji ist außerdem ein Warenzeichen geworden. Neben einer Fuji-Bank und einer Fuji-Fernsehstation werben vielerlei Fuji-Produkte um Interessenten – ebenso etliche Fuji-Einrichtungen, von Bowlingbahnen bis zu Stundenhotels, die den einst heiligen Namen ausschlachten.

„Der Fujiyama lebt“, behaupten die japanischen Gelehrten und stufen den Berg unter die 77 noch aktiven japanischen Vulkane ein. Dabei hatte der Fuji seinen letzten großen Ausbruch im Jahre 1707. Als magische Präsenz Japans ist der Berg ebenfalls tot, und die Tatsache, daß ihn jährlich so viele Japaner besteigen, ist in gewisser Weise eine Art kollektives Begräbnis: das Ende jener japanischen Zivilisation, deren Symbol der Fujiyama war.

Ein klassisches Plakat zeigt eine kleine Schnecke am Fuße des mächtigen Berges und dazu die Inschrift: „Mit Entschlossenheit wird selbst dieses kleine Wesen die Spitze erreichen“ – genau das haben die Japaner die letzten 100 Jahre vollbracht. Mit imponierender, manchmal beängstigender Entschlossenheit und unter Wahrung mancher nationalen Eigenart sind sie voranmarschiert, sind modern und wohlhabend geworden. Aber sie haben diesen Erfolg mit dem Verlust dessen bezahlt, was in der neueren Zeit die Quelle mancher Kunst, Literatur, Religion und letzten Endes ihrer Identität war: der Natur.

Wer auf der Suche nach der Seele Japans den Fujiyama besteigt, den schockt der Verlust, den die Japaner

sich selbst zugemutet haben: Die Wanderung, fünf bis zehn Stunden lang, vermittelt keine Erfahrung der Natur, keine Zwiesprache mit ihr, sondern ist eine Übung in Modern living.

Die Spitze des Berges erscheint nicht mehr als Altar für die großartigen Kräfte der Natur, vor allem der Sonne, sondern als Wiederholung dessen, was man zurückgelassen hat: das unnatürliche Leben in der japanischen Zivilisation von heute, vor allem der großen Städte.

Die Bergsteiger freuen sich, daß sie auf der Spitze des Berges ein betriebsfähiges Postamt finden; daß es dort reihenweise die üblichen grünen Telefone gibt, vor denen sie sich anstellen können, um aus der „höchsten Telefonzelle im Lande“ daheim anzurufen; daß zahlreiche andere Bergsteiger nur gekommen sind, weil sie als Funkamateure ihre Antennen aufstellen und dem Stimmengewirr des Ausflugsbasars noch ihre monotonen Rufe hinzufügen.

Die gleichen Japaner, die jahrhundertlang in Ehrfurcht und Respekt gegenüber der Natur lebten, scheinen jeglichen Sinn für sie verloren zu haben. Aus Anbetern der Natur sind Zerstörer der Natur geworden.

Die Ufer der meisten japanischen Flüsse haben sie zementiert, über die Hälfte der gesamten japanischen Küste verschandeln ganze Reihen von Beton-Wellenbrechern. Der Regenwald Südostasiens wird von japanischen Firmen weggerodet, der Grund der Weltmeere von den japanischen Trawlern leergefischt. Umweltschützer der ganzen Welt brandmarken Japan als Naturfeind Nummer eins.

In den letzten drei Jahren stiegen die Bodenpreise am Fuße des Fuji um das Vierfache, in einigen Gebieten gar um das Achtfache. Alte Bauern wurden von ihren Reisfeldern vertrieben, 20 Prozent der Wälder in der Nähe des Berges von Spekulanten aufgekauft, die noch einen weiteren Golfplatz bauen wollen, obwohl es dort schon über 20 gibt und sich inzwischen auch in Japan herumgesprochen hat, daß Golfplätze eine große Belastung für die Umwelt sind.

Ein altes Projekt, eine Drahtseilbahn bis auf den Gipfel zu bauen, wird neu belebt, dito ein Plan, in den Schluchten des Fuji, wo der Schnee sogar im Hochsommer liegen bleibt, den Skisport anzukurbeln. Noch rührt sich Widerstand gegen diese Pläne, aber das Profitdenken dürfte sich dennoch durchsetzen.

Der letzte religiöse Torbogen auf dem Fujiyama, der dem Wanderer das Ende des heiligen Pfades verkündet, ist heute mit Münzen übersät, die Pilger ihm geopfert haben. Die Japaner sagen, das sei nicht anders als an Roms



Industrie vor dem Fuji: Aus Anbetern der Natur wurden Zerstörer der Natur

Trevi-Brunnen, aber der war nie eine heilige Stätte. An dem Tor beschleicht einen der Eindruck, daß der Gott des Geldes auf der höchsten Spitze des Berges Platz genommen hat.

Entheiligt, entstellt, voller Abfälle – in gewisser Weise ist der Fujiyama zum Symbol auch der destruktiven Macht der Japaner geworden. Sein Name schien einen Fluch zu enthalten: Das Wort Fuji, das möglicherweise einen Feuergott bezeichnete, ist nicht japanischen Ursprungs, es entstammt der Sprache der Ainus, jener Ureinwohner des Archipels, die von den Japanern fast ausgerottet wurden.

Von allen Völkern der Welt sind die Japaner vermutlich das einzige, das als Symbol für sich selbst ein Stück Natur gewählt hat. Anders als die Chinesen mit ihrer großen Mauer oder die Ägypter mit ihren Pyramiden haben sie ihre Identität mit einem Vulkan verbunden. Welch eine Ironie für das Volk der Supermacher und der Supergeschäftsleute, als das sich die Japaner heute sehen!

Eine noch größere Ironie scheint darin zu liegen, daß der Wert jenes Symbols bereits auf seine Form reduziert war, diese Form inzwischen aber in höchster Gefahr ist. „Herrlich bei schönem Wetter, herrlich an wolkigen Tagen, die ursprüngliche Form des Fujiyama ändert sich niemals“, pflegten die al-

ten Japaner zu schwärmen. Der Sage nach gelangte jedes Körnchen Sand, das die Pilger tagsüber vom Berg mit herunterbrachten, nachts auf geheimnisvolle Weise wieder hinauf, so daß nichts den Berg verändern konnte. Das gilt natürlich längst nicht mehr.

Jedes Jahr verliert der Fuji rund 200 000 Kubikmeter Sand und Lava – sie werden vorsätzlich entfernt oder gleiten vom Berg herunter und gelangen nie wieder zurück. Die berühmte symmetrisch-konische Form des Fujiyama, die angeblich so stabil war wie das politische System des Landes, verändert sich durch Erosion. Doch Japaner lassen sich durch ein Problem dieser Art nicht entmutigen. Sie entwarfen einen Plan, dem gesamten Fuji-Gipfel einen Zementkragen zu verpassen, auf daß der Berg aus der Ferne auch weiterhin so aussehe wie in den Jahrhunderten zuvor.

Die Japaner machen vor nichts halt. Da sie sich zur Moderne bekehrt und den Glauben an ihre Millionen Götter – der Shintoismus hat deren acht Millionen – verloren haben, empfinden sie kaum noch etwas als unantastbar. Vor kurzem sagte ein junger Student der Universität von Tokio in öffentlicher Diskussion: „Luft? Es ist egal, ob sie verschmutzt wird oder verschwindet. Wir werden sie künstlich erzeugen können!“

Zu Beginn dieses Jahrhunderts waren die Japaner stolz auf ihre Modernisie-

rung gewesen – nur ein paar Jahrzehnte hatten genügt, wofür das Abendland Jahrhunderte benötigte. Ihre heutigen Wirtschaftssiege, ihre Fähigkeit, zu lernen, sich anzupassen, jeden nützlichen Aspekt anderer Zivilisationen zu verbessern, erheben sie nach eigenem Verständnis zum Inbegriff des modernen Menschen – und zum Beispiel für alle anderen.

Der homo nipponicus sollte nach ihrer Überzeugung der Mensch der Zukunft sein.

Ihre Stärke liegt in ihrem sozialen Zusammenhalt und in ihrer Entschlossenheit, vergleichbar der kleinen Schnecke, die auf dem Fuji-Plakat den Berg hinaufkriecht.

Wenn man im Morgengrauen von der Höhe des Fujiyama hinunterblickt, sieht man sie heranströmen. Sie wirken wie ein riesiger Schwarm Leuchtkäfer, in endloser, unbarmherziger Masse. Sie klettern über Lava und Abfall, streben beständig dem Gipfel zu, tragen ihre Lampen, Bergstöcke, Glöckchen, Zelte, Fotoapparate, Fahrräder, Fahnen in dem Gefühl, Japaner zu sein.

Läßt sich auf dem Fujiyama das Geheimnis Japans entschlüsseln? Der Blick von oben vermittelt die Erkenntnis, daß es vielleicht gar kein Geheimnis gibt, das zu entschlüsseln wäre, daß Japan heute, ebenso wie der Fujiyama, groß nur von weitem ist. ◀